



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

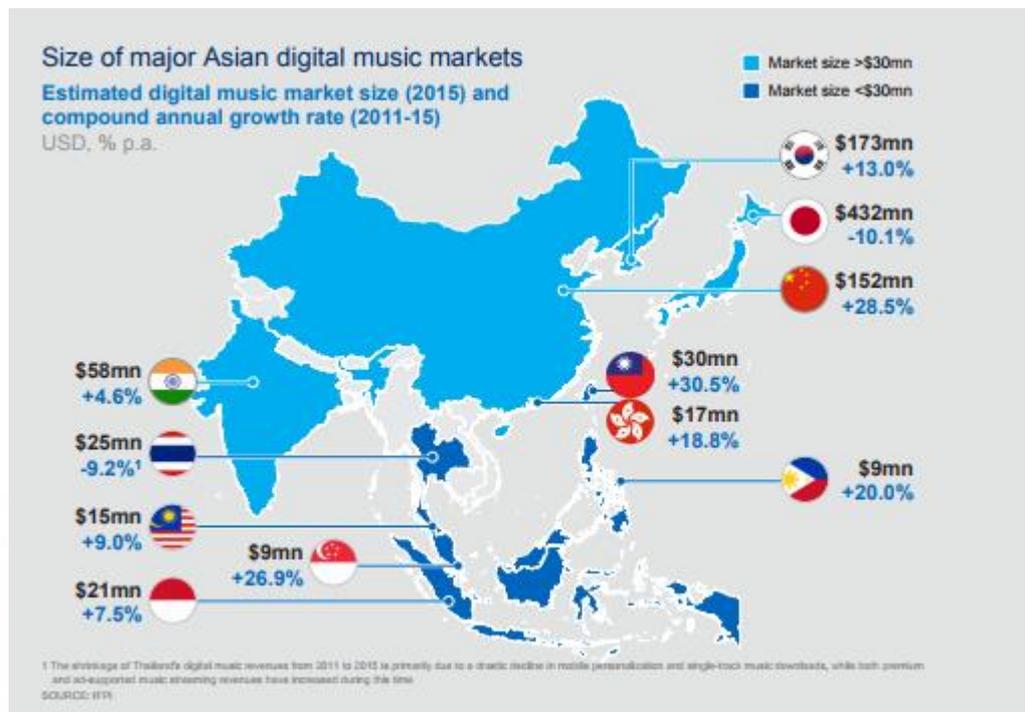
Perkembangan musik dari masa ke masa telah beberapa kali mengalami perubahan. Musik pertama kali dapat didengarkan dengan menggunakan piringan hitam atau *vinyl* dan memerlukan alat pemutar piringan tersebut. Banyak yang beranggapan bahwa kualitas suara yang dikeluarkan oleh *vinyl* lebih riil dan alami daripada format yang lainnya. Pergantian era membuat *vinyl* sudah kurang populer lagi dan berganti menjadi kaset pita. Untuk memainkan kaset ini diperlukan alat pemutar kaset yang biasa dibawa – bawa (*walkman*). Akan tetapi pita dari kaset ini mudah kusut, rusak dan tidak efektif, sehingga orang mulai berganti mendengarkan musik dengan menggunakan *compact disc* (CD). Setelah itu, CD berubah dari bentuk fisik menjadi digital yaitu MP3. Masih banyak yang menggunakan MP3 sampai sekarang ini (Albright, 2015).

Musik berkembang seiring adanya perkembangan teknologi. Salah satunya dengan adanya teknologi internet. Kita hidup dimana sebagian besar masyarakat di dunia ini menggunakan internet. Internet dapat digunakan untuk berbagai hal seperti *chatting*, mencari informasi, bermain, dan juga untuk mendengarkan musik. Hal tersebut membawa perubahan terhadap cara seseorang mendengarkan musik. Musik yang biasanya didengarkan melalui bentuk fisik seperti *tape*, *vinyl*, dan CD berubah karena digitalisasi musik. Banyak masyarakat yang mendengarkan musik secara *online*. Ada berbagai cara untuk mengkonsumsi musik digital seperti, *download-to-own*, *download-to-rent*, *music as a service* (Dorr et al., 2013).

Music as a service merupakan gelombang baru dalam mengonsumsi musik digital yang menggantikan digital *download* dengan *streaming digital*. Hal ini dapat membantu mempermudah konsumen dengan tidak mengharuskannya untuk mengunduh lagu terlebih dahulu. Sebagai gantinya dengan menggunakan layanan *music as a service*, konsumen dapat mengakses keseluruhan *library of music* berbasis *cloud* kapan pun dan dimana pun mereka inginkan (Lakhani & Iansiti, 2014).

Menurut lembaga riset McKinsey, kawasan Asia menguasai 14% dari seluruh pangsa pasar musik digital di dunia. Pasar didominasi oleh Jepang, dengan pangsa sebesar 76%. McKinsey mengatakan bahwa perkembangan musik digital di Asia sangat cepat dan masih memiliki banyak peluang ke depannya. Pada tahun 2015, McKinsey juga mencatat terdapat peningkatan industri musik digital di Asia sebanyak dua puluh kali lipat. Khususnya di Indonesia, adanya peningkatan sebesar 7.5% pada pasar musik digital di Indonesia dengan pemasukan mencapai USD 21 juta (McKinsey, 2016). Hal ini dapat dilihat lebih jelas pada Gambar 1.1.

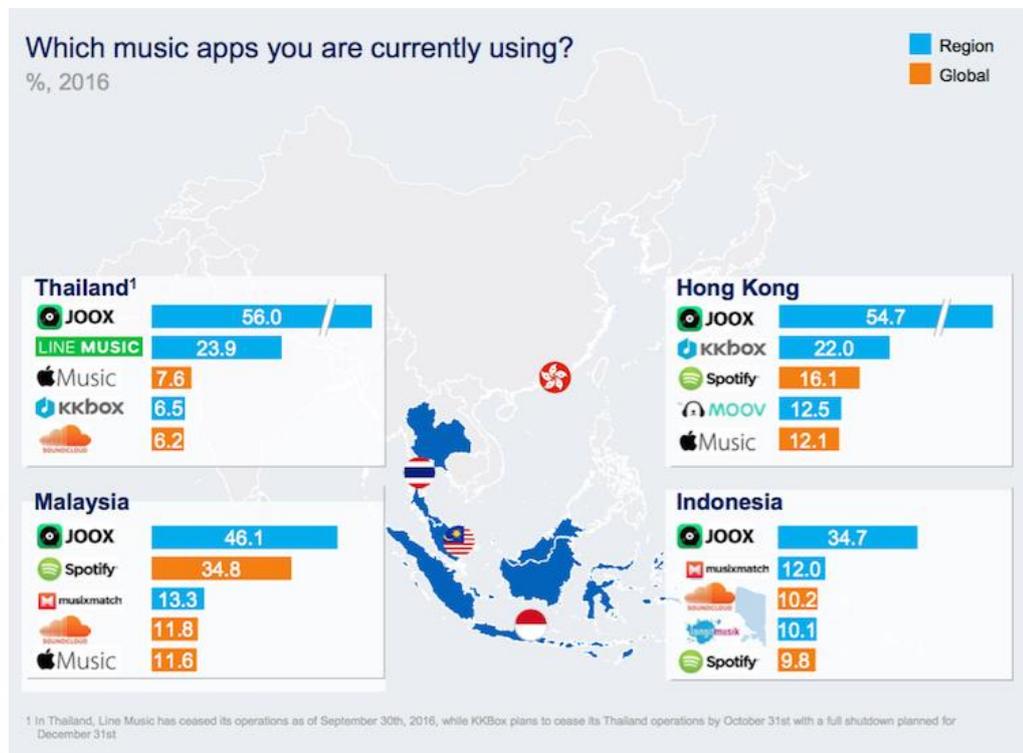
UMMN



Gambar 1.1 Pasar Musik Digital di Asia

Sumber: (McKinsey, 2016)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa salah satu dari aplikasi *music streaming* atau *music as a service* yang paling diminati dan banyak digunakan di Indonesia adalah JOOX. JOOX makin mendominasi pasar *music streaming* yang ada di Indonesia dan mampu menyalip layanan – layanan lain seperti Spotify dan Apple Music. JOOX menempati posisi pertama dengan pangsa pasar 34.7% dan diikuti oleh ada Soundcloud, Langitmusik, dan Spotify (McKinsey, 2016).



Gambar 1.2 Aplikasi MaaS Terpopuler di Indonesia

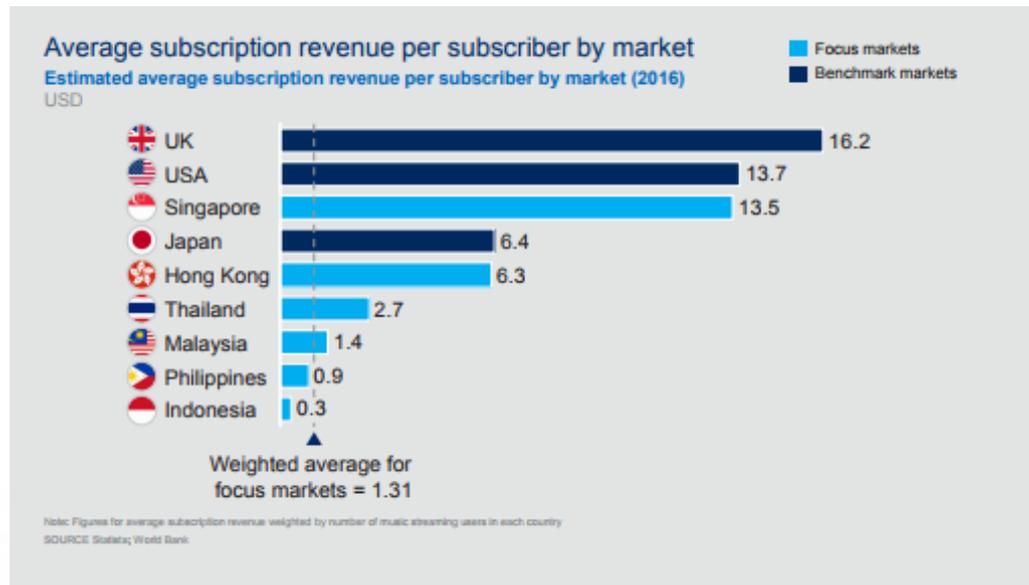
Sumber: (McKinsey, 2016)

Menurut Benny Ho, Senior Director Tencent, pengguna JOOX di Indonesia didominasi oleh anak muda berusia 18-24 tahun sebesar 48% dan kurang dari 18 tahun sebesar 30%. Apabila dilihat dari jenis kelamin, pengguna perempuan mendominasi jumlah persentase tersebut. Persentasenya mencapai 53%, sementara laki-laki hanya 47%. Benny Ho mencatat bahwa ada 98.4% pengguna mengakses JOOX melalui ponsel dan menghabiskan 72 menit per hari untuk mendengarkan musik. Adapun perangkat yang paling banyak mengakses berasal dari *platform* Android, besarnya mencapai 78%. Sementara iOS berada di peringkat kedua dengan persentase 20%. Sisanya mengakses JOOX melalui situs. Mengacu pada demografi, Jakarta menjadi daerah yang paling banyak mengakses JOOX sebesar

55%. Diikuti daerah Jawa, Bali dan Sumatera Utara. Genre musik yang paling sering didengarkan oleh para pengguna JOOX adalah *pop*, *R&B*, dan *jazz* (Andarningtyas, 2016).

Sebagian besar dari penyedia layanan *music as a service* menggunakan *freemium* sebagai model bisnis mereka (Anderson, 2009). Sama halnya dengan JOOX juga menggunakan *freemium*. Model bisnis *freemium* memberikan pelanggan untuk memilih antara dua alternatif, yaitu gratis dan membayar. Jika pelanggan memilih yang membayar maka akan ada fitur tambahan yang diberikan oleh aplikasi JOOX tersebut seperti, akses musik secara *offline*, peningkatan kualitas suara, tidak ada iklan, dan sebagainya. Untuk harga berlangganan, JOOX menawarkan harga sebesar Rp 50.000,00 per bulan untuk menggunakan fitur – fitur membayar tersebut kepada setiap pelanggannya.

Namun bisnis model *freemium* kurang menguntungkan di Indonesia. Menurut Anderson, seharusnya rata – rata nilai konversi dari layanan *freemium* adalah sebesar 5% (Anderson, 2012). Sedangkan CEO dari Yonder Music Adam Kidron mengatakan bahwa, hanya 1% dari rakyat Indonesia yang mau membayar untuk musik digital (Kidron, 2016). Kecilnya persentase tersebut membuat pendapatan para penyedia aplikasi *music as a service* di Indonesia pun berkurang, dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Pendapatan Berlangganan Music as a Service di Asia

Sumber: (McKinsey, 2016)

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi seperti, harga, kebiasaan, kemudahan penggunaan, dan lain – lain. Satu faktor mungkin memiliki lebih banyak dampak jika dibandingkan dengan faktor lain. Masalah yang dihadapi *music as a service* di Indonesia adalah jumlah pengguna layanan *music as a service* berbayar yang sangat rendah. Salah satu cara untuk melihat apakah aplikasi *music as a service* akan digunakan di masa depan adalah dengan melihat penerimaan penggunanya terhadap aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang terkait terhadap penerimaan aplikasi JOOX VIP sebagai aplikasi *music as a service* yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan judul penelitian **ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN PENGGUNA LAYANAN MUSIC AS A SERVICE BERBAYAR DENGAN METODE UNIFIED THEORY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY2.**

1.2 Rumusan Masalah

Fokus pada penelitian ini adalah ingin merumuskan beberapa hal berikut yang sesuai dengan analisis *Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2* yaitu,

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan *music as a service* berbayar?
2. Faktor apakah yang paling mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan *music as a service* berbayar?
3. Apakah ada perbedaan dari faktor yang mempengaruhi dalam menggunakan *music as a service* berbayar jika di moderasi oleh *gender*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menyelesaikan masalah di atas dan pembahasan dari penelitian ini tidak terlalu jauh dari masalah yang ada, maka batasan masalah sebagai berikut,

1. Penelitian hanya berfokus pada aplikasi layanan *music as a service* JOOX VIP.
2. Sasaran penelitian adalah penduduk DKI Jakarta dan Tangerang yang merupakan pengguna aplikasi JOOX VIP.
3. Uji statistik akan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM).
4. Penelitian ini tidak akan direkomendasikan secara langsung kepada pihak terkait.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Menguji setiap faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan *music as a service* dalam penelitian ini.
2. Mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan *music as a service*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu, dapat memperkaya literatur mengenai sistem informasi dan dapat digunakan untuk dikembangkan pada penelitian – penelitian selanjutnya.

UMMN